

УДК 330.341.1

**СИНІГОВЕЦЬ О.М.**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри організації виробництва і управління персоналом, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків, Україна

## **СУЧАСНІ СТРАТЕГІЧНІ ВИМІРИ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЦІННОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Конкуренція займає головну увагу стратегічного менеджменту тривалий час сучасного етапу розвитку. Ідеї щодо стратегії обов'язково пов'язані з

поняттями конкурентна стратегія, конкурентний бенчмаркінг, конкурентні переваги, випередження конкуренції. Тривалий час успіх більшості стратегічно діючих підприємств визначається створенням конкурентних переваг. Оцінюючи те, що роблять конкуренти, підприємства прагнуть зробити це краще. Для підтримання себе на ринку стратегічною метою розглядається володіння деякими перевагами над конкурентами і практично відбувається просто перевизначення способів створення переваг над конкурентами. Проявляються наслідувальний підхід до ринку, дії реагування у відповідь на конкурентні кроки і як наслідок стратегічне мислення упадає до конкуренції. Маючи значні витрати підприємства частіше досягають не більше ніж поступового покращення, імітації, а не інновацій. Важливим завданням стає впровадження інноваційного підходу, створення можливостей для зростання. Найважливішим елементом мотивації інновацій визначається переконливе визначення цінності інновації, направленої на майбутнє, а не спроба захисту минулого підприємства. Інноваційність є рушійною силою, що сприяє більш ефективному виконанню завдань, джерелом конкурентної переваги і економічного зростання.

Згідно Глобального звіту про конкурентоспроможність за 2016-2017 р. невідступно залишається низьким зростання, відзначається прискорена швидкість змін. Стимулювання інновацій є особливо важливим для пошуку нових механізмів зростання, закладення основ довгострокового і стійкого зростання, що вимагає роботи зі всіма факторами і інструментами Індексу глобальної конкурентоспроможності. Для перетворення можливостей зростання потрібні не тільки підприємства бажаючі і здатні до інновацій, але і макроекономічна стабільність, добре функціонуючі ринки праці, фінансів і людського капіталу, базова інфраструктура, надійні установи. Зараз не може бути щось більш актуальним ніж створення умов, необхідних для відновлення зростання. Після тривалого скорочення і все більш інтенсивної конкуренції прибуткове зростання стає великою проблемою з якою стикаються більшість підприємств. Життєздатність підприємства залежить від його здатності до інновацій. Враховуючи нинішні ринкові очікування, глобальний конкурентний вплив та масштаби і темпи структурних змін для підприємств це є як ніколи актуальним. Інновації часто є важливими для створення чи підтримки майбутніх доходів і цінностей, але вони можуть бути недієвими через минулі невдачі чи надмірну зосередженість на ефективності процесів, відсутність консенсусу керівництва.

Згідно оцінкам інновації в майбутньому будуть розглядатись в контексті економічної нестабільності, нових бачень про «цінність» і ще більш витончених підходів до ринку, часто пов'язаних з партнерськими відносинами.

Підприємства з високими темпами зростання прагнуть зробити своїх конкурентів нерелевантними за допомогою стратегічної логіки інноваційної цінності. Такий шлях до інновацій потребує іншого конкурентного мислення і систематичного пошуку можливостей.

По відношенню до інновацій, інноваційною цінністю організації називають намагання створити своїх конкурентів неактуальними. Цінні нововведення – ключовий принцип «стратегії блакитного океану», бізнес-підхід який фокусується на створенні нових ринкових просторів. Замість того, щоб конкурувати за долю ринку, інноваційні цінності покликані створювати нові ринки. Мета інноваційної діяльності – створити новий попит і змінити ринок настільки, щоб конкуренція стала неактуальною на цьому ринку.

Ціннісна інновація – це одночасне прагнення до радикально переважаючої цінності для покупців і більш низьких витрат для підприємства. В швидко змінюваній економіці складно і важливо прогнозувати і планувати майбутнє зростання та прибуток. Інновація цінності – є процес, коли підприємство впроваджує нові технології чи оновлення, передбачені для досягнення диференціації продукції і низької вартості. Інновація цінності не обов'язково створює новий продукт чи технологію. Така інновація покращує існуючі послуги і знижує витрати як для підприємства, так і для споживача. Зміни реалізовані інноваціями в сфері цінності створюють нові чи покращені елементи товару, приводять до економії витрат за рахунок усунення чи зменшення непотрібних дій на всьому життєвому циклі товару.

Відмінність інноваційної цінності визначають виділяемі менеджментом проблеми, визначені і переслідуючі можливості, розуміння ризику.

Так існує розрив між бажаним і діями щодо інновацій. Найкращим чином може сприяти створенню потенціалу інновацій в організаціях ясність впроваджуємої інноваційної стратегії. Розкриття сутності структури оцінки можливостей інноватора починається з інноваційної стратегії, проінформованість даними і аналітикою якої призводить до портфеля проектів здатних перетворити теперішній стан у бажаний в результаті реалізації послідовності дій від ідей до їх підтвердження і потім масштабування. Все це підкріплюється майбутнім сфокусованим лідерством для сприяння відповідної, підтримуючої, готової до інновацій культури.

Конкурентні переваги і акціонерна вартість залежать від стабільного зростання, стимулювання культури інновацій має вирішальне значення для стимулювання такого зростання. Нові інструменти створення культури постійного впровадження інновацій з забезпеченням ресурсів для прискорення і підтримки зростання розроблюються в межах інноваційної стратегії.

Стратегічна відмінність чи схожість між конкурентами, співставлення функцій і вартісних показників дозволяють знаходити і приймати обґрунтовані стратегічні рішення. Бажаним стає досягнення того, щоб на основних ринках підприємства не зазнавали підливних чи конкурентоспроможних інновацій. Новатори визначають можливості і ініціюють проекти в ряді стратегічних інноваційних визначень: цінність підтримки інноваційних можливостей (зниження ризику шляхом створення варіантів товару чи скорочення витрат), прив'язаність до ринку чи розширення продуктів (зростання на основі товарів наступного покоління або розширення ринку), трансформаційне зростання (створення незаперечного ринкового простору як нових ринків, так і нових технологій). Переваги інноваційних стратегій проявляються в забезпеченні реалізації пошуку інноваційних можливостей за всіма напрямками зростання, виявлення кращих можливостей і кращих інновацій, виділення ресурсів для реалізації портфеля інновацій, узгодження вимог споживачів з технологічними можливостями, управління ризиками інновацій за допомогою моделювання, сценарного аналізу, прискорення комерціалізації інновацій на ринку, побудови організаційних можливостей реалізації стратегії зростання. Стратегічний зміст інноваційної цінності розрізняється за такими основними параметрами стратегії: галузеві передумови, стратегічний фокус, клієнти, активи і можливості, пропозиція продуктів і послуг. Ступінь з якою ідея інноваційної цінності не може бути усунута впливає на стратегічну ціну.

Підкреслюючи важливість інновацій для зростання бізнесу, слід застосовувати стратегічний підхід. Успішні ті підприємства, які створюють середовище, сприяє спільній, творчій і ризиковій культурі. Важливо бути інноватором цінностей, визначати радикальні ідеї, що створюють якісний стрибок в цінності, яка пропонується клієнтам. Інноваційна практика сама призводить до досягнення конкурентних переваг. Для підприємств потрібно мати власний інноваційний процес, стратегічно управляти інноваціями, розвивати постійно новаторствуючу культуру, де співпрацюючи знаходять нові способи створення цінності для бізнесу.